Deutscher Bundestag **Drucksache 16/3623**

16. Wahlperiode 29. 11. 2006

Antrag

der Abgeordneten Martin Zeil, Gudrun Kopp, Christian Ahrendt, Daniel Bahr (Münster), Uwe Barth, Rainer Brüderle, Angelika Brunkhorst, Ernst Burgbacher, Patrick Döring, Mechthild Dyckmans, Jörg van Essen, Ulrike Flach, Otto Fricke, Paul K. Friedhoff, Horst Friedrich (Bayreuth), Hans-Michael Goldmann, Miriam Gruß, Joachim Günther (Plauen), Dr. Christel Happach-Kasan, Heinz-Peter Haustein, Elke Hoff, Dr. Werner Hoyer, Michael Kauch, Hellmut Königshaus, Dr. Heinrich L. Kolb, Jürgen Koppelin, Heinz Lanfermann, Harald Leibrecht, Ina Lenke, Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, Markus Löning, Horst Meierhofer, Patrick Meinhardt, Jan Mücke, Burkhardt Müller-Sönksen, Hans-Joachim Otto (Frankfurt), Detlef Parr, Cornelia Pieper, Gisela Piltz, Jörg Rohde, Frank Schäffler, Marina Schuster, Dr. Hermann Otto Solms, Dr. Max Stadler, Dr. Rainer Stinner, Carl-Ludwig Thiele, Florian Toncar, Christoph Waitz, Dr. Claudia Winterstein, Dr. Volker Wissing, Hartfrid Wolff (Rems-Murr), Dr. Guido Westerwelle und der Fraktion der FDP

Keine Verlängerung des Briefmonopols – Wettbewerb auf dem deutschen und europäischen Postmarkt ermöglichen

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Die 1997 begonnene Liberalisierung der europäischen Postmärkte verfolgte das Ziel, die staatlichen Postmonopole schrittweise zu beseitigen und die entsprechenden Märkte dem Wettbewerb zu öffnen. Durch die Richtlinie 2002/39/EG aus dem Jahr 2002 wurde diese Zielsetzung auf europäischer Ebene neuerlich bekräftigt. Gleichzeitig wurden stufenweise immer weitere Postdienstleistungen einer Marktöffnung ausgesetzt. Die Richtlinie gab das Jahr 2009 als zeitliche Zielmarke aus, zu der eine Vollendung des Binnenmarktes für Postdienste erreicht werden soll.

Die Europäische Kommission hat nun am 18. Oktober 2006 einen Richtlinienvorschlag zur Änderung der Richtlinie 97/67/EG vorgelegt, in welchem die vollständige Liberalisierung der Postmärkte bis 2009 erneut bestätigt werden soll. In der Konsequenz würde damit auch das letzte Monopol der nationalen Postdienste, wie z. B. der Deutsche Post AG, für Postsendungen unter 50 Gramm (reservierter Bereich) aufgehoben und für den Wettbewerb geöffnet. Die Gewährleistung angemessener Universaldienstleistungen bliebe davon unberührt.

Während Mitgliedstaaten wie Schweden oder Großbritannien ihre Postmärkte bereits vollständig liberalisiert haben, stehen diesbezügliche Entscheidungen beispielsweise aus Frankreich, Belgien, Griechenland, Polen, Italien oder Spanien noch aus. Die Bundesrepublik Deutschland hatte ursprünglich entschieden,

das Briefmonopol der Deutsche Post AG (Exklusivlizenz) im Jahr 2002 auslaufen zu lassen, sich dann aber für eine Verlängerung bis zum 31. Dezember 2007 entschieden.

In den letzten Wochen waren in diesem Zusammenhang verschiedenen Äußerungen des Vorstandsvorsitzenden der Deutsche Post AG (Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 6. und 7. November 2006) zu vernehmen, der mit einem massiven Stellenabbau des Unternehmens für den Fall eines Auslaufens der Exklusivlizenz gedroht hat und insbesondere auch für gesetzliche Mindestlöhne plädierte, um sein Unternehmen vor der Konkurrenz privater Anbieter zu schützen. Diese Haltung lässt allerdings die aus schärferem Wettbewerb auf dem Postmarkt resultierenden Beschäftigungsgewinne bei anderen Unternehmen ebenso außer Acht wie die möglichen Wohlfahrtsgewinne einer Liberalisierung von Monopolen. Diese Einlassungen dienen daher offensichtlich der Vorbereitung politischer Initiativen zur nochmaligen Verlängerung der Monopollizenz der Deutsche Post AG. Dies widerspricht nicht nur den Grundsätzen einer marktwirtschaftlichen Ordnung und den Interessen der Postkunden in Deutschland, es gefährdet auch das Ziel eines einheitlichen europäischen Wettbewerbsmarktes für Postdienstleistungen.

Der Bundesminister für Wirtschaft und Technologie hat angekündigt, die Verhandlungen der Mitgliedstaaten zur Abschaffung des Briefmonopols während der deutschen EU-Ratspräsidentschaft voranzutreiben. Die Bundesregierung muss den Ankündigungen des Bundesministers Taten folgen lassen und sich auf europäischer Ebene für die Herstellung eines Wettbewerbsmarktes einsetzen, unabhängig davon, wie einzelne Mitgliedstaaten bei der zeitlichen Öffnung des reservierten Bereiches vorgehen. Die Erfahrungen von Ländern, die bereits eine vollständige Öffnung ihrer Briefmärkte vorgenommen haben, zeigen deutlich, dass hiervon sowohl die Postkunden als auch die betroffenen Unternehmen profitieren.

II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bunderregierung deshalb auf,

- die Exklusivlizenz der Deutsche Post AG nicht über den 31. Dezember 2007 hinaus zu verlängern,
- während der deutschen EU-Ratspräsidentschaft die vollständige Öffnung der europäischen Postmärkte ab 2009 verbindlich zu regeln.

Berlin, den 29. November 2006

Dr. Guido Westerwelle und Fraktion

Begründung

Das Briefporto in Deutschland liegt im internationalen Vergleich mit an der Spitze. Ursächlich hierfür ist insbesondere das Briefmonopol der Deutsche Post AG, welches das Unternehmen vor Wettbewerb schützt und somit Anreize für Kundenorientierung, Effizienz und Wirtschaftlichkeit gar nicht erst entstehen lässt. Deutsche Verbraucher können deshalb nicht nur ihren Postdienstleister im reservierten Bereich nicht frei wählen, auch günstigere Preise und qualitative Verbesserungen der angebotenen Leistungen werden ihnen damit vorenthalten.

Zu diesen Ergebnissen kommt auch die Monopolkommission, die in ihrem Sondergutachten „Wettbewerbsentwicklung bei der Post 2005: Beharren auf alten Prinzipien“ die Abschaffung des Briefmonopols zur obersten Priorität erklärt,

um den Wettbewerb auf den Postmärkten in Gang zu setzen. Auf Grund der Exklusivlizenz für die Deutsche Post AG ist der Wettbewerb nur in Nischenmärkten möglich. Der Marktanteil der Wettbewerber der Deutsche Post AG auf dem Briefmarkt liegt bei nur knapp sieben Prozent. Im bereits liberalisierten Teil des Briefmarktes konnten die Wettbewerber lediglich einen Marktanteil von knapp 17 Prozent realisieren. Die Exklusivlizenz beschränkt das Marktvolumen, auf dem Wettbewerb möglich ist. Dazu können Größen- und Verbundvorteile für einen verstärkten Marktauftritt in den liberalisierten Teilen des Marktes von den Wettbewerbern der Deutsche Post AG nicht genutzt werden.

Nach Ansicht der Monopolkommission sind die Umsatzrenditen der Deutsche Post AG im Briefbereich von 16,4 Prozent nach wie vor außergewöhnlich hoch. Das Eigenkapital der Deutsche Post AG habe sich seit 1997 mehr als versiebenfacht. Die Exklusivlizenz und die damit verbundenen außerordentlich hohen Monopolrenditen ermöglichten der Deutsche Post AG in den letzten Jahren wettbewerbsverzerrende Quersubventionierungen und die Finanzierung der milliardenschweren Expansionsstrategie. Diese Finanzierung von Aktivitäten auf ausländischen Express- und Logistikmärkten der Deutsche Post AG aus Monopolgewinnen des durch die Exklusivlizenz geschützten Bereichs stellt jedoch eine massive Wettbewerbsverzerrung dar. Für 2006 rechnet die Deutsche Post AG mit einem Gewinn von rund 3,9 Mrd. Euro, wovon etwa 2 Mrd. Euro aus dem Briefgeschäft stammen. Die deutschen Postkundenkunden finanzieren damit über die viel zu hohen Portopreise die internatonale Expansion der Deutsche Post AG mit. Die Entwicklung der Deutsche Post AG zu einem weltweit operierenden Großkonzern zeigt, dass der durch das Monopol gewonnene finanzielle Verhaltensspielraum der Deutsche Post AG nicht dazu dient, einer staatlichen Behörde die Umwandlung in ein wettbewerbsfähiges Postunternehmen zu erleichtern, sondern vielmehr dem Aufbau eines „global players“ auf den weltweiten Express- und Logistikmärkten. Dieser wirtschaftliche Erfolg basiert aber zum Teil auf der staatlichen Privilegierung und auf Kosten der Kunden des Unternehmens.

Darüber hinaus beschäftigt die Deutsche Post AG schon heute im Ausland mehr Mitarbeiter als in Deutschland. Gleichzeitig wurden durch die Deutsche Post AG in Deutschland seit 1999 insgesamt rund 33 500 Arbeitsplätze abgebaut, während die neuen Postdienstleister im gleichen Zeitraum mit über 42 000 neuen Stellen in erheblichem Umfang Arbeitsplätze geschaffen haben. Hierbei haben die neuen Postdienstleister überproportional viele Vollzeitstellen geschaffen, während die Deutsche Post AG immer mehr Vollzeit- in Teilzeitarbeitsplätze umgewandelt hat. Dies zeigt, dass auch aus sozialpolitischen Gründen eine Verlängerung der Exklusivlizenz der Deutsche Post AG nicht in Frage kommen kann.



Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Amsterdamer Str. 192, 50735 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Telefax (02 21) 97 66 83 44
ISSN 0722-8333